

**TRAYECTORIAS DE ESTUDIANTES DEDICADOS AL TRABAJO
INFORMAL DENTRO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE MELÉNDEZ
2007 - 2009**

FABER DAVID ANGULO SANDOVAL

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA PREGRADO DE SOCIOLOGÍA
SANTIAGO DE CALI, 2019**

**TRAYECTORIAS DE ESTUDIANTES DEDICADOS AL TRABAJO
INFORMAL DENTRO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE MELÉNDEZ
2007 - 2009**

FABER DAVID ANGULO SANDOVAL

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para obtener el título de
Sociólogo**

Tutor:

Mg. JULIO CESAR RUBIO GALLARDO

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA PREGRADO DE SOCIOLOGÍA
SANTIAGO DE CALI, 2019**

RESUMEN

La presente investigación pretendió analizar la trayectoria de los estudiantes vendedores dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez en el periodo comprendido de 2007 a 2009 en la ciudad de Santiago de Cali. El análisis se hizo a partir del concepto de trayectoria social de Pierre Bourdieu.

Para ello se propuso una investigación cualitativa de corte descriptivo, donde las técnicas para recoger información fueron la observación y la entrevista. Se llegó a la conclusión de que la trayectoria social de los estudiantes dedicados al trabajo dentro de la Universidad del Valle está relacionada con la necesidad de mantenerse como estudiante y aprovechar el espacio físico para no perder su condición de estudiante mientras pueda acceder a algo de dinero para su sostenimiento

Palabras clave: informalidad y trabajo informal, espacio público, vendedor informal, estudiante vendedor informal

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	9
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	13
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	13
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	13
1.4 JUSTIFICACIÓN	14
2. MARCO DE REFERENCIA.....	15
2.1 ESTADO DEL ARTE	15
2.2 ELEMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES	23
2.2.1 <i>Trayectoria</i>	23
2.2.2 <i>Informalidad y trabajo informal</i>	25
2.2.3 <i>Espacio publico</i>	29
2.2.4 <i>Vendedor informal</i>	30
2.2.5 <i>Estudiante vendedor informal</i>	30
2.3 CONTEXTUALIZACIÓN	31
3. DISEÑO METODOLOGICO	35
3.1 TIPO DE ESTUDIO	35
3.2 MÉTODO.....	35
3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
3.4 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	36
CAPÍTULO 1	38

4. MOTIVACIONES DE LOS ESTUDIANTES PARA TRABAJAR DENTRO DE LA UNIVERSIDAD	38
CAPÍTULO 2	47
5. RELACIÓN ENTRE EL USO DEL ESPACIO Y EL FUNCIONAMIENTO DEL TRABAJO INFORMAL DENTRO DE LA UNIVERSIDAD.....	47
CAPÍTULO 3	56
6. SITUACIONES EMERGENTES DENTRO DE LA DINÁMICA DEL TRABAJO INFORMAL EN LA UNIVERSIDAD	56
CONCLUSIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	65
ANEXOS	68

INTRODUCCIÓN

El presente texto es el resultado de un interés personal y la posibilidad de acceder a información de primera mano sobre el tema: trayectorias de estudiantes dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez, ya que en algunas ocasiones se presentaron acontecimientos que propiciaron discusiones y acciones: la quema de implementos de trabajo en la zona del edificio de ciencias (320) el primer semestre del año 2007 por parte de personas encapuchadas en horas de la noche; la asamblea del concejo de la facultad de ciencias para definir si era necesario sacar las ventas de este lugar luego de la quema de los implementos; la negociación con las directivas universitarias en el segundo semestre del 2006 para reubicar a los vendedores y el cierre del censo para que no aumentara el número de estudiantes dedicados a estas actividades; mi participación fue directa en los escenarios de discusión pues en esa época yo era vendedor, además me sorprendió la forma como se asumían las discusiones por parte de quienes estaban a favor o en contra de la presencia de vendedores dentro de la universidad, que eran –según mi criterio muy antagónicas– de manera que pude establecer contacto con otros estudiantes y al retirarme de esta actividad seguí al tanto de lo que iba sucediendo, hasta que tome la decisión de leer y construir este tema como objeto de investigación puesto que en ese momento no había información que diera cuenta sobre él: ¿cómo aparecieron las ventas? ¿Quiénes son los vendedores? ¿Cuál es la dinámica que se presenta dentro de la universidad al respecto? ¿Qué propuestas hay de parte de vendedores y directivas universitarias para organizar las ventas? ¿Qué relación tienen los estudiantes vendedores con las actividades académicas? En fin, toda una serie de interrogantes que para el conjunto de la comunidad universitaria en ese momento no tenían respuesta.

Por otro lado, llamaba la atención el hecho de que existieran ventas informales dentro de la universidad, sobre todo por parte de estudiantes. Además, quien se hubiese atrevido a plantear el problema de la informalidad presente en el país según los estudios, en un lugar que solo fue destinado para estudiar.

Teniendo presente los anteriores aspectos se organizó la propuesta de investigación que se propuso en un principio plantear el problema, los objetivos y la justificación a partir de la siguiente pregunta ¿Cómo es la trayectoria de los estudiantes vendedores dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez?

Posteriormente se desarrolla el marco de referencia donde se revisan solo tres textos sobre el tema que dan pistas suficientes para abordarlo, luego se desarrolla el concepto de trayectoria social desarrollado por Pierre Bourdieu aunque de manera puntual, porque el concepto debería abordar las categorías socio – profesionales de los padres, cuestión que no fue indagada en este trabajo, lo anterior se complementó con los conceptos de informalidad y trabajo informal, espacio público; después se presenta el contexto que permite entender el tema a nivel internacional, nacional y local, pero sobre todo, hasta llegar al contexto particular (Universidad) destacando la importancia del tema como hecho social que aparece en un espacio donde antes no era común que se presentara.

Para el cumplimiento de los objetivos el diseño metodológico se basó en dos técnicas de recolección de información: la observación y la entrevista semiestructurada que se inscribe en una lógica cualitativa.

Se realizaron tres entrevistas a estudiantes vendedores distribuidas así: un vendedor del sitio conocido como bajos de ciencias, es decir, el edificio que lleva el mismo nombre, por ser este uno de los sitios más neurálgicos tanto para la

discusión como para el análisis debido a la gran cantidad de vendedores que allí se ubican –unos 20 aproximadamente- y que además es el centro de la discusión después de los acontecimientos que allí han ocurrido. El segundo vendedor del sitio de la entrada a la biblioteca central por ser este uno de los sitios más estratégicos y por ultimo un vendedor del pasillo por ser este sitio muy estratégico porque es el que más concurrido esta por el acceso diario de personas tanto de la comunidad universitaria como de afuera.

Cuatro entrevistas a estudiantes regulares de los cuales dos fueron de ingenierías que apenas llevan dos semestres estudiando y dos del programa de Sociología que estaban por culminar su carrera.

Una entrevista a un funcionario de la universidad que es Trabajador Social y que en ese momento hacía las veces de coordinador de la oficina de asuntos estudiantiles hace un semestre y que en otra ocasión hizo parte de la comisión negociadora de la administración universitaria, desarrollando actividades concernientes a lo que tiene que ver con los estudios socio-económicos que adelanta la oficina de bienestar universitario.

Después de la parte básica de la investigación se encuentra el capítulo 1 que identifica las motivaciones o razones expuestas por los estudiantes para trabajar dentro de la Universidad; el capítulo 2 analiza la relación entre el uso del espacio y el funcionamiento del trabajo informal dentro de la universidad; el capítulo 3 describe las situaciones emergentes dentro de la dinámica del trabajo informal en la universidad; al final se presentan las conclusiones.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

Uno de los temas más recurrentes en las discusiones económicas y políticas que más atención tiene a nivel nacional es el tema del mercado laboral, al parecer hay ciertos acuerdos sobre su importancia en la sociedad como un elemento que permite su desarrollo. Sin embargo, cuando se trata de discutir el tema de la informalidad laboral como un componente del antes mencionado, no existen acuerdos sobre su tratamiento teórico o metodológico, porque se han construido definiciones que terminan por complejizar su naturaleza a partir de explicaciones y conceptualizaciones bastante confusas. Lo único claro es que el tema está identificado como una situación social específica, que además es muy característica de los países latinoamericanos incluyendo el nuestro.

Para este ejercicio de investigación se tratará de caracterizar el trabajo informal o la informalidad así: un conjunto de actividades económicas que no están reguladas por el Estado, pero si dinamizan gran parte de la economía y puede ser asumida por empresas ó simplemente por individuos desde el mercado laboral. Cuando se habla de que no están reguladas por el Estado se refiere a que no hay ninguna norma que medie entre quienes contratan –para el caso de las empresas grandes- y quienes son contratados, pues como bien se sabe una persona que sea contratada por una empresa tiene derecho a prestaciones sociales, seguridad social, es decir vacaciones, cesantías, primas, salud, pensión etc. Sin embargo, la informalidad no solamente se evidencia en las empresas grandes, sino en las medianas empresas y pequeñas, quienes asumen solamente el costo de producir productos y para su comercialización o para el control de calidad contratan personas sin firmar algún

tipo de contrato, solo se acuerda un porcentaje en las ventas, si es el caso en la producción de acuerdo al rendimiento.

Por otro lado, hay una modalidad de la informalidad referida a las actividades que además de no tener ningún tipo de regulación, tampoco hay jefes, donde aparentemente hay un control sobre el tiempo de trabajo. Es la de subsistencia, conocida con el nombre de rebusque que por lo general suelen ser ventas ambulantes o estacionarias, pero informales –según el contexto y los actores- son las que se observan diariamente en las calles de las grandes ciudades. En Cali por ejemplo se ven en el centro de la ciudad, los semáforos, personas que recorren los distintos barrios, todos ellos vendiendo frutas, llamadas a celular, productos para el aseo, muebles a crédito, películas en formato DVD, música, mecate, artículos de uso personal, ropa etc.

Esta es la informalidad que más las personas conocen y que predomina en el contexto colombiano desde los años 80, sin embargo, ha predominado en el contexto laboral colombiano desde los años 90. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2018) la informalidad bajo 2 puntos en el 2017 en comparación con el año 2016, en 13 ciudades fue de 47,55% y el 48,6% en 23 áreas metropolitanas. Lo anterior sugiere que la informalidad ocupa casi la mitad del mercado laboral en Colombia, inclusive puede plantearse que buena parte de la economía del país está siendo dinamizada por el empleo informal.

De manera que, como fenómeno ha ido creciendo considerablemente y ha llegado a manifestarse en sitios donde antes pareciera no hacerlo, entre esos sitios están las universidades públicas del país. En la Universidad del Valle, por ejemplo, hay personas que están ubicadas en sitios estratégicos ofreciendo productos y servicios, configurando una especie de mercado que ya tiene sus clientes y está cada vez más diversificado. Es posible que muy desprevénidamente alguien se pregunte como es

que la universidad llegó a convertirse en un espacio donde se puedan desarrollar este tipo de actividades y sobre todo si quienes están dedicados a ellas son estudiantes.

En un principio puede afirmarse que dentro de la universidad hay estudiantes dedicados a la venta de mecatos (dulces, cigarrillos, papas fritas, picadas etc.) llamadas a celular a todos los operadores con un valor que va de los \$200 por minuto)¹ comidas rápidas como sándwiches y fritanga, música en CD's de audio, Mp3 de distintos géneros y para todos los gustos, películas en formato VCD, DVD bien sea de cine comercial, independiente, como también videos y programas para instalar en el computador bien sea especializados o juegos. Todas estas ventas informales están ubicadas estratégicamente dentro de la universidad, debido a la gran cantidad de personas que circulan constantemente y que pueden ser clientes potenciales (profesores, trabajadores, estudiantes y visitantes esporádicos) estos sitios son: el pasillo peatonal, bajos de cafetería central, bajos de ciencias, entrada a la biblioteca, pasillo de administración, el trayecto entre la administración y la cafetería central, las entradas de algunos edificios.

Si bien las directivas de la universidad han realizado actividades para organizar las ventas, la relación entre los vendedores ha sido conflictiva y por momentos caótica, porque los funcionarios encargados de propiciar algunas soluciones no llegan a convencer a los estudiantes dedicados a estas actividades a que no sigan desarrollándolas dentro de la universidad; sin embargo, hasta ahora no se conoce ningún tipo de propuesta que facilite la organización y regulación de las ventas dentro de la universidad. Aquí es importante mencionar que cualquier estudiante universitario puede ponerse a vender algún producto o servicio siempre y cuando

¹ Esta información fue producto de las observaciones realizadas por el autor del trabajo entre el 2007 y 2009.

no haga una competencia desleal, como vender el minuto más barato, por ejemplo².

Bien hasta aquí se ha presentado de manera general como es el tema de las ventas dentro de la universidad, ahora se puede caracterizar a quienes se dedican a este tipo de actividades de la siguiente forma: un sujeto que es estudiante universitario y vendedor informal a la vez, que dedica tiempo a lo académico, aunque no con la misma regularidad que el resto de los estudiantes, pues en la mayoría de los casos ocupa gran parte de su tiempo en la universidad a la comercialización de productos o servicios, conoce el mercado existente dentro de ella. Es decir un sujeto que está inmerso en un modelo de trabajo informal, diferenciándose del tradicional porque no está vinculado a una empresa, no goza de los derechos que otorga un contrato de trabajo como las prestaciones y la seguridad social y aparentemente controla su tiempo, se pone como meta una cantidad diaria con la que cubre gran parte de sus necesidades básicas (alimentación, vivienda, transporte) y también las diarias que le son propias a un estudiante universitario (almuerzo, copias, materiales) pero igualmente la de sostener a su familia ya que algunos de ellos representan la única fuente de ingresos en sus hogares lo que significa cubrir gastos generales (pago de servicios públicos, alimentación, transporte, etc.)

Teniendo en cuenta lo anterior, el problema abordar en esta investigación está relacionada con las dinámicas de los estudiantes vendedores informales que dedican parte de su tiempo a estudiar y a las ventas.

Los interrogantes que inicialmente surgieron sobre este tema fueron los siguientes:
¿Cómo llega un estudiante regular a convertirse en estudiante vendedor informal

² Al momento de realizar la investigación aparecieron estudiantes que se dedicaron a las ventas, no hubo rechazo, ni oposición para que lo hicieran, sin embargo, después de un tiempo solo quedo un grupo reducido pequeño.

dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez? ¿Quiénes son los estudiantes vendedores? ¿Qué los motivo a trabajar dentro de la universidad? ¿Qué tanto tiempo dedican a las tareas académicas y cuál es su rendimiento? ¿Cuáles son las formas de organizativas del trabajo informal dentro de la universidad?

Todos estos interrogantes son la guía que permitió el desarrollo de la investigación, permitiendo ubicar a este grupo en particular -los estudiantes vendedores informales- dentro de la universidad, lo que significa hacer una descripción de las situaciones asociadas al fenómeno de las ventas.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo es la trayectoria de estudiantes vendedores dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez 2007 - 2009?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la trayectoria de estudiantes vendedores dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez 2007 -2009.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las motivaciones de los estudiantes para trabajar dentro de la Universidad.
- Analizar la relación entre el uso del espacio y el funcionamiento del trabajo informal dentro de la Universidad.
- Describir las situaciones emergentes dentro de la dinámica del trabajo informal en la universidad

1.4 Justificación

La necesidad de conocer la dinámica en la que se inscribe el fenómeno de la informalidad dentro de la Universidad del Valle como una manifestación de la situación económica y social del país pues como lo plantea Rodríguez (2013) este fenómeno ha crecido según las dinámicas estructurales del mercado laboral, donde se sigue presentando desarrollo de actividades que no regula el Estado, más bien se ubican dentro de las que le permiten a los ciudadanos suplir necesidades inmediatas cuando no se tiene la posibilidad de acceder a un empleo.

En esa misma dirección se pudo tener la posibilidad de explorar un tema que hasta el momento de elaborar la propuesta inicial de proyecto de investigación no había sido abordada dentro de la universidad desde el ejercicio académico formal, lo que permitió contribuir al conocimiento de una de las problemáticas sociales que se presentan dentro del campus universitario, involucrándolo como institución pública estatal, para organizar mejor sus políticas institucionales en este caso las de bienestar universitario.

Por otro lado, debe decirse que el trabajo informal pese a tener múltiples definiciones a partir de perspectivas construidas desde la ciencias sociales que abordan la actividad de acuerdo a la producción, la regulación estatal, el nivel de ingresos, la contratación, la ocupación de un espacio público, solo es posible conocer una parte de la realidad en la interacción entre los sujetos que se dedican a esta actividad y el mundo social en el que están inmersos, de manera que, dicha actividad les ofrece la posibilidad de ocupar una parte del espacio social, pero no de la misma manera que lo hace un trabajador formal, máxime cuando se aborda en el contexto de la Universidad del Valle, porque los sujetos tienen la condición de ser estudiantes y al mismo tiempo vendedores informales.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 Estado del arte

Para el desarrollo de este trabajo de grado se revisaron textos que estuvieran directa o indirectamente relacionados con el tema, empezando por los que se escribieron en los años 80 para entender la forma como se ha desarrollado la informalidad. El primer texto revisado para ser tomado como referencia para este trabajo fue el que lleva por título: *“Los Micro-comerciantes del Sector Informal Urbano: los Casos de Quito y Guayaquil”* escrito por Gilda Farrel el cual aparece publicado en: El sector Informal Urbano en los Países Urbanos. Publicación del Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales ILDIS y del Centro de Formación y Empleo para el Sector Informal Urbano CEPESIU en el año de 1985.

En primer lugar, Farrel (1985) presenta en la introducción una pequeña reflexión sobre el tema y su caracterización a nivel urbano. Para ello la autora recurre constantemente a escenarios que resultan muy cotidianos dentro de las ciudades que muestran esta lógica de trabajo, a la vez que caracteriza el tipo de ventas que para ella son relevantes dentro del sector informal urbano, es decir una delimitación del universo de estudio, reconociendo las dificultades existentes cuando se tratan de recoger los datos, puesto que según ella son mercados cambiantes y dispersos lo que dificulta un estudio muy riguroso.

Al respecto se considera que una buena caracterización depende en buena medida de las observaciones hechas, por eso al identificar características del espacio se tienen en cuenta actores, dinámicas, divisiones de una actividad a otra y sobre todo el manejo de los tiempos y el espacio. En ese sentido hacer observaciones lo más concretas posibles permiten hacer tal caracterización.

Aparece luego una información económica ajustada al tema pero que complementa la caracterización de la población, para ir después identificando patrones demográficos específicos de la población dedicada a esta actividad. Género, rangos de edades, nivel de escolaridad, lugar de residencia, tipo de actividad, tiempo de trabajo, estado civil y estructura familiar. Estos elementos demográficos ofrecen la posibilidad de cruzar variables y poder ampliar la información que se presenta como sustento de la investigación, de manera que una consideración importante con esta cuestión es que los datos demográficos de una población determinada ayudan a delimitarla mejor y no cometer errores que terminen desviando el objetivo de la investigación.

Al hacer un análisis de la actividad Farrel (1985) considera que sobresalen aspectos relacionados con el ejercicio de indagación. Se presentan datos cuantitativos con datos cualitativos pero relacionados de una forma coherente que puedan ofrecer la explicación de algunas cuestiones emergentes alrededor del tema, por ejemplo la forma como se insertan a este tipo de actividad, las condiciones laborales anteriores a ella, la capacidad de inversión para sostener el negocio y la forma de establecer relaciones con otras personas clientes o vendedores, bien sea de conflicto o cordialidad y sobre todo el acceso a productos como también el uso del espacio físico, entonces aparece una descripción amplia sobre las dinámicas que allí se entrelazan pero se acompaña con cuadros y cifras. Además, se aluden a unas entrevistas que suponen un diseño bien estructurado de acuerdo a la forma como se hace la presentación de los resultados, es decir categorías que constituyen variables para el análisis.

Al respecto es importante resaltar la definición de categorías y presupuestos metodológicos que contribuyen al análisis del tema cuando se hace un trabajo de campo. Las categorías se pueden construir a partir de la definición del problema y lo que realmente interesa para este trabajo es la forma como se entablan cierto tipo

de relaciones en una actividad como las ventas ambulantes en la universidad y las dinámicas que coexisten alrededor de ella, condiciones sociales discursos y prácticas que hay sobre el manejo del espacio, el sentido de pertenencia a un grupo y las posibilidades de organización que puedan existir, conflictos con los demás estudiantes y la capacidad de sostenerse.

Antes de finalizar se presentan otros datos relacionados con las formas de organización, su historia y capacidad de movilizarse de acuerdo a intereses mutuos e inclusive a partir de situaciones particulares. En esta parte también se caracterizan los tipos de organizaciones, igualmente los niveles de participación en ellas. Este es un dato complementario puesto que se intenta mostrar como la actividad en este sector no aparece como algo espontáneo y desorganizado sino que difiere mucho de otros modelos.

Se considera este punto adicional solo si es posible integrarlo como sustento y complemento que demuestre la importancia de ello en la lógica que se inscribe el trabajo propuesto.

Por último, Farrel (1985) presentan conclusiones y hace algunas recomendaciones. Las primeras como resultado y síntesis, es decir lo que se alcanza a percibir en un análisis que va desde lo estructural a lo simbólico, que además recoge ciertas miradas un tanto políticas del problema. Las segundas pensando en lo factible que es integrar este modelo como alternativa de empleo y la capacidad fluctuante del mismo en una política pública.

Al parecer una investigación como esta exige conclusiones muy bien elaboradas conceptualmente y propuestas para mejorar. En este caso solo se intenta hacer un acercamiento a un tema que requiere una mirada un tanto sigilosa de lo que representa la existencia de un fenómeno social generalizado en el país y que se

manifiesta en la universidad, rompiendo su cotidianidad, por lo tanto, no se podría recomendar algo más allá de lo que propone este trabajo.

Para concluir se puede plantear que este trabajo aporta solo en la medida que se muestran algunas consideraciones de tipo estructural y los sentidos que le dan a sus acciones los individuos que hacen parte de ella, ya que, como se puede ver aun para la fecha no se articulaban muy bien los datos, pero si se intentaban encontrar algún tipo de relación entre ellos. Así la definición de un tema como este y las posibilidades de construir datos exigen una elaboración de estrategias claras frente a su delimitación. La aproximación al contexto a partir de elementos cuantitativos, los cambios en el modelo de trabajo, la mirada de los actores frente a su realidad, las relaciones que se desarrollan en ese contexto y la doble condición, son factores que combinan los datos de forma acertada y además permiten explorar con cuidado el tema.

El segundo texto es un trabajo de grado titulado: “Los Vendedores Callejeros en Cali: su Racionalidad” elaborado por Fernando Duque Posada para optar por el título de Sociólogo en la Universidad del Valle en el año 1989, dirigida por Álvaro Camacho.

Este ejercicio de investigación trata de establecer los sentidos que construyen los vendedores callejeros para vincularse a esta actividad y mantenerse en ella.

En un primer momento Duque (1989) presenta una serie de elementos teóricos y conceptuales que muestran el contexto del mercado laboral y las actividades propias del capitalismo, donde según él se encuentra en constante dinamismo el mercado laboral, haciendo que esté segmentado no solo en lo económico sino también en lo social. Por estas razones considera que la informalidad es el resultado de todo este movimiento del capitalismo y que de alguna manera éste ha

contribuido a la consolidación de ciertas identidades colectivas, en este caso los vendedores callejeros.

Esta identidad colectiva hace que existan momentos y actores sociales que determinen las pautas propias de una relación social donde hay una diferenciación marcada por la condición tanto del trabajo como económica, por ello las ventas callejeras al ser catalogadas como tal, asumen serlo pero no en las condiciones que le propone el capitalismo, sino con ciertos criterios que responden a una lógica de supervivencia, es decir vivir a diario para tener lo básico, constituyendo su racionalidad, la cual difiere de la propuesta por el capitalismo.

En esa misma dirección Duque (1989) va a plantear como al parecer este tipo de organización del trabajo que esta por fuera de la lógica capitalista, va a proponer una racionalidad particular donde constantemente se pone en conflicto con la primera, de manera que se constituye en fuente de contradicciones sociales y económicas, se trata de que los vendedores ganen dinero y sobrevivan, pero no tengan la posibilidad de constituirse como referente importante del mercado laboral.

En esta primera parte el autor logra dar una explicación bastante rigurosa de cómo la sociedad capitalista promueve ciertas formas de organización social, despliegan un conjunto de estrategias que mezclan condiciones objetivas y subjetivas de los que constituyen esta racionalidad, pero además se aproximan a la caracterización de la informalidad como una racionalidad que se opone a la racionalidad capitalista.

Este tratamiento de la teoría si bien es cierto es muy detallado por momentos parece extenderse más de lo necesario, sin embargo, se entiende que la extensión parece obedecer a una exigencia misma del tema tratado.

En la parte metodológica Duque (1989) presenta una estrategia que se enmarca en una lógica cualitativa porque se hizo a partir de instrumentos conceptuales y empíricos donde se trata de comprender los sentidos que le dan los vendedores callejeros a su actividad, utilizando entrevistas y haciendo observaciones, se delimita la muestra a partir de categorías como posición ocupacional, propietario ó patrón del negocio, trabajador por cuenta propia, ayudante familiar no remunerado y se propuso establecer categorías claves como la relación que el vendedor establece con el trabajo que realiza, como a partir de prácticas y discursos construye su lugar.

Como resultado de estas entrevistas y observaciones Duque (1989) decide tratar la información, clasificándola y agrupándola para poder manejarla ya que según él habían respuestas que se repetían mucho o sencillamente no aparecían, por eso hizo agrupaciones que originaron variables como edad, posición en la familia, experiencia laboral y en cada variable estableció ciertas particularidades, para edad ubico un rango de 15 a 21 años, adultos los casos que están entre los 22 y los 55 años, viejo los entrevistados que tienen más de 55 años. Para experiencia laboral los que antes tuvieron empleo, sin experiencia los que tienen como primera experiencia laboral las ventas callejeras.

En cuanto a la posición familiar Duque (1989) la categorizó de la siguiente forma: jefe de hogar, hijo aportante, hijo independiente. Luego hizo un cruce de variables que fueron delimitando mejor el análisis, para después indagar con otras variables que dan cuenta de la forma como se involucra el sujeto en la informalidad, percepción que se tiene de esta con relación a los empleos anteriores y el nivel de autonomía con que desempeña su actividad.

De acuerdo a esta clasificación se plantea una construcción interpretativa de lo dicho por los entrevistados, pero ya en capítulos que describe a los personajes.

Luego presenta en un capítulo la interpretación detallada a partir de un gran relato que da cuenta de esa racionalidad propuesta y diferenciando en varios elementos de análisis: la venta, la experiencia de asalariado, las ventas como distanciamiento. Posteriormente presenta un capítulo donde queda más caracterizada: la racionalidad autonómica como proceso, justificación de la práctica del vendedor callejero en diferentes ámbitos sociales.

Al final Duque (1989) presenta las conclusiones y anexos. En las conclusiones se hace una serie de afirmaciones que corresponden a ciertas hipótesis sobre la racionalidad y como ello es una muestra del conjunto de relaciones específicas donde se articulan prácticas y discursos en torno a una actividad: las ventas callejeras.

La contribución de este estudio al propuesto es que la elaboración metodológica debe ser muy precisa y entre más delimitación se haga en el transcurso del ejercicio de investigación es posible establecer con claridad los resultados de manera contundente. El ejercicio cualitativo de este trabajo muestra en cierta como se desarrollan las ventas callejeras, y sobre todo como las asumen los sujetos, como es ese proceso, de manera que este trabajo aporta en la elaboración de la entrevista y en el análisis riguroso por categorías.

El tercer texto es un documento de trabajo elaborado por los profesores del programa de economía de la Universidad del Valle Carlos Humberto Ortiz Q. y José Ignacio Uribe, (2005) titulado: “Características de la Informalidad Urbana en las Diez Principales Áreas Metropolitanas de Colombia” documento que hace parte del informe final del proyecto de investigación “Características y determinantes de la informalidad laboral en Colombia en la década de los noventa”.

En un primer momento el texto presenta una serie de caracterizaciones y comportamientos del mercado laboral referido a la informalidad.

En la primera parte Ortiz y Uribe (2005) hacen una caracterización de la población que durante los años de 1988 al 2000 en términos generacionales para ver que tanto ha cambiado la composición de la población en edad de trabajar y la población económicamente activa. Aquí se muestra también como la informalidad cambia constantemente de acuerdo a la situación que se presente en el contexto, los autores utilizan la palabra anticíclica para nombrar esta situación que significaría un ciclo que se devuelve en su proceso, es decir no lleva un orden lógico, además se muestra como la informalidad se encuentra estrechamente relacionada con el desempleo, ya que a medida que aumenta el desempleo lo hace también la informalidad.

En la siguiente parte del documento Ortiz y Uribe (2005) hacen una descripción de los tipos de empleo, escolaridad y empresas, donde según ellos es recurrente ver como las condiciones laborales han desmejorado, porque no se ha logrado aumentar su nivel de escolaridad para el caso de los empleados en el mercado informal; estos trabajos son de poca calificación, pero además hacen parte de empresas de tipo informal sin ninguna garantía laboral.

Constantemente Ortiz y Uribe (2005) están enfatizando, a través de cifras como la informalidad, es un elemento importante dentro de la dinámica del mercado laboral, aun se desdibuja un posible desacuerdo para medir su impacto, pero además como es la relación de esta con las condiciones sociales de las personas dedicadas a este tipo de actividades, concluyendo de manera general que la informalidad se instala en la realidad social y económica del país como un componente fundamental.

Este informe contribuye a la propuesta de trabajo aquí planteada en la medida en que da un panorama general de la informalidad en gran parte de sus aspectos fundamentales y la relación que ella tiene con algunos componentes sociales como la escolaridad, la población en edad de trabajar, la población económicamente activa. Es un texto que amplía un poco más el panorama en el que se desenvuelve este hecho a nivel nacional.

2.2 Elementos teóricos y conceptuales

En este apartado se abordan las teorías y conceptos relacionados con el tema de investigación que sirven como sustento para problematizar y concluir los hallazgos encontrados. El más importante es el de trayectoria, seguido de informalidad y trabajo informal, mercado laboral y formas organizativas.

2.2.1 *Trayectoria*

El concepto de trayectoria que se retoma para este trabajo es desde la perspectiva desarrollada y planteada por Pierre Bourdieu aunque no en su totalidad porque el autor aborda la categoría socio – profesional de los padres como un elemento articulador entre el recorrido del sujeto en el espacio social determinado, lo que para este autor es fundamental, no sin antes relacionarlo con unas prácticas relacionadas con su forma de vida, consumos y capitales.

La propuesta de Bourdieu (1995) parte de reconocer que la trayectoria tiene un inicio, bajo unas condiciones objetivas, es decir, de contexto (condiciones económicas, sociales y académicas) y subjetivas (como se representa el sujeto siendo persona, bajo una división de género, mujer, hombre, profesional, político) que necesariamente influyen en sus decisiones, pero no esto sucede de manera mecánica, más bien resulta de las interrelaciones que se presenta en un momento específico. El planteamiento es el siguiente:

...toda trayectoria social debe ser comprendida como una manera singular de recorrer el espacio social, donde se expresan las disposiciones del habitus (...) cada posición tomada en el campo es una exclusión de otras posiciones, por lo que a medida que se recorre el espacio social, se da un envejecimiento social, una imposibilidad de volver atrás, de variar (3) (Bourdieu, 1995: 384).

Lo anterior significa que el sujeto tiene unas condiciones objetivas y subjetivas, además de las habilidades que posee, puede tomar una decisión que lo lleve a ocupar un espacio social diferente del ocupa. Por ejemplo, un empresario puede tomar la decisión de vender su empresa porque no le representa las mismas ganancias, entiende que tiene el suficiente capital económico para invertir en otra. A lo anterior puede sumársele el hecho de no tener buenas relaciones familiares, lo que pueda acelerar la decisión. Una vez asuma otra empresa según las características que esta tenga, podrá acceder a otros lugares, personas y espacios de reconocimiento.

Ahora bien, Bourdieu (1997) reconoce que la trayectoria se va desarrollando conforme los capitales se van reinvertiendo, situación que sucede cuando la familia del individuo ha logrado perpetuar sus condiciones para mantenerse en la estructura social de la que hace parte, aunque esto no es del todo cerrado, pero tampoco es tan flexible porque las circunstancias a las que se vea expuesto el sujeto le permitirán asumir una acción para transformar su vida.

La Trayectoria es entonces una manera de recorrer el espacio social, donde confluyen las formas de relacionarse en dicho espacio, teniendo en cuenta, las circunstancias, el lugar que se ocupa dentro de él, las relaciones sociales que se han construido producto de la acumulación de capitales o simplemente de la pérdida de estos. En ese sentido señala Bourdieu (1998) lo siguiente:

Los individuos no se desplazan al azar en el espacio social. Por un lado, las fuerzas que estructuran el espacio social se impone a ellos (mediante, por ejemplo, los mecanismos objetivos de eliminación y orientación), y por otro, ellos oponen a la fuerza del cambio su propia inercia, es decir, sus propiedades, que pueden existir en estado incorporado, bajo la forma de disposiciones, o en estado objetivo, en los bienes, titulaciones, etc. A un volumen de capital heredado corresponde un haz de trayectorias más o menos equiprobables que conducen a unas posiciones más o menos equivalentes –es el campo de los posibles, objetivamente ofrecido a un agente determinado– y el paso de una trayectoria a otra depende a menudo de acontecimientos colectivos, guerras, crisis, etc. o individuales –ocasiones, amistades, protecciones, etc.– comúnmente descritos como casualidades (afortunadas o desafortunadas) (Bourdieu, 1998: 108).

Bajo las anteriores condiciones es que se concreta la trayectoria, con circunstancias específicas, en medio de decisiones, en las que los sujetos resuelven organizar su rol social.

2.2.2 Informalidad y trabajo informal

Abordar el tema de la informalidad desde la teoría resulta un tanto complejo debido a la gran cantidad de elaboraciones tanto conceptuales como metodológicas que se han desarrollado –principalmente desde la economía– en los últimos años. Sin embargo, para este trabajo se intentará abordar tratando de precisar los elementos que la caracterizan y que son pertinentes para el desarrollo del mismo.

Inicialmente, se definirá la informalidad como un conjunto de actividades económicas que no están reguladas por el Estado y que generan ingresos por fuera de sus marcos normativos, pero que están muy relacionadas con su dinámica económica y social. Esta definición es desarrollada por Sassen (2003) planteada en términos de la globalización y los movimientos migratorios, situación que en esta

propuesta no será abordada, se utiliza la definición como punto de partida que contribuye a la conceptualización del fenómeno.

La informalidad o el trabajo informal tiene una característica relevante y es que se desarrolla en contextos urbanos, gran parte de ella puede ser asumida por empresas ó simplemente por individuos dentro del mercado laboral. De acuerdo con Guataquí, García y Rodríguez (2010) la informalidad se compone de tres subsectores: los trabajadores asalariados de grandes y pequeñas empresas que son contratados sin ningún tipo de contrato laboral; los empresarios como los que contratan personal sin un contrato; los trabajadores dedicados a actividades de subsistencia.

De acuerdo con Cortes (2000) hay que precisar que en el tema de las contrataciones laborales dentro de las actividades económicas que no están reguladas por el Estado, no hay ninguna norma que medie entre quienes contratan -empresas grandes- y quienes son contratados, pues como bien se sabe una persona que sea contratada por una empresa tiene derecho a prestaciones sociales, seguridad social, es decir, vacaciones, cesantías, primas, salud, pensión, lo que en la informalidad laboral no ocurre, esto debido a que gran parte del mercado laboral esta flexibilizado y las grandes empresas subcontratan a otras empresas para liberarse de cargas prestacionales ó simplemente contratan de manera informal a algunos de sus trabajadores.

En esa misma dirección Cortes (2000) señala que la aparición de la informalidad se debe al crecimiento acelerado y desproporcionado de las ciudades y la falta de oportunidades laborales para la gran cantidad de población que viven en condiciones de marginalidad y exclusión social, se sabe que como fenómeno social ha sido tratado por economistas y estudiosos de las ciencias sociales para determinar gran parte de su impacto social y económico, sobre todo en los países

latinoamericanos donde su presencia es notable, debido a las crisis que se vienen desencadenado desde hace varios años. Su tratamiento como problema social viene desde los años sesenta sobre todo por disciplinas como la Sociología y la Economía.

Por otro lado, argumentan Rendón y Salas (2000) que, el tratamiento que se ha hecho de la informalidad se resalta a través de un hecho importante que empieza a delimitarlo como problema social y es el cambio en la estructura laboral que se desarrolló en Latinoamérica en los últimos 30 años, con lo que se viene caracterizar los mercados de trabajo en estos países. Unas economías que pasaron de ser proteccionistas y buscadoras de un mercado interno a unas economías de apertura y libre mercado con una cantidad de créditos de endeudamiento con organismos multilaterales y reformas laborales que han significado en la mayoría de los casos un crecimiento del desempleo y una precarización de los empleos creados en ese contexto, lo que hizo que la medición se fuera diluyendo en categorías que al parecer no dan cuenta de manera exacta de la estructura laboral que existe en estos países.

Sin embargo, con el paso de los años y con la definición de ciertas categorías referidas a lo laboral, la informalidad aparece como centro de debate en los aspectos más relevantes del mercado laboral tipos de actividades, sustento jurídico-político, que van a delimitar su dinámica tanto en su desarrollo como en su definición como concepto.

Lo planteado hasta aquí, concuerda con lo desarrollado por Pok y Lorenzetti (2007) el sentido de plantear que la informalidad hace parte de las distintas actividades económicas que si bien es cierto se mueven entre las estrategias de vinculación que están en el ámbito de lo formal, las personas vinculadas laboralmente a estas actividades no gozan de niveles de ingreso y condiciones laborales acordes con las

disposiciones regulatorias del Estado, es decir un contrato de trabajo, un horario específico, prestaciones sociales, vinculación al sistema de seguridad social, inclusive se ha dicho que no ganan lo suficiente para vivir dignamente como cualquier persona que trabaja, pues el ingreso que obtienen no les alcanza para cubrir necesidades básicas como la alimentación, la salud, la vivienda, los servicios públicos, la educación.

En ese sentido también cabe resaltar que como situación social específica hace parte del mercado laboral. Es allí donde se encuentran delimitadas las relaciones sociales que contribuyen a la constitución de grupos sociales específicos y diferenciados de otros que gozan de una condición distinta. Por ello se marcan las diferencias entre un empleado contratado por una empresa que tiene todas las garantías sociales que le otorga un contrato de trabajo para vivir, frente a un trabajador informal que no las tiene.

Sin embargo, hay que recordar que no todas las actividades informales se ubican en un espacio como la empresa, están también las actividades laborales que se definen como de subsistencia, donde no hay ningún tipo de contrato, subordinación a un supervisor o jefe y mucho menos horario. Estas son las actividades que agrupan a los trabajadores a cuenta propia que por lo general se ubican en las actividades de servicios y comercialización de algún producto con un nivel de ingresos y calificación muy bajo, con una jornada de trabajo que supera la jornada legalmente establecida. Por lo general estas actividades se concentran en las ventas ambulantes que se ven en la mayoría de las grandes ciudades en el espacio público, en los sitios de mayor concurrencia de personas donde está ubicado el comercio formal; carecen de seguridad social, no pagan impuestos y están en permanente conflicto con las autoridades y personas o empresas dedicadas a las ventas formales.

Al respecto hay una serie de planteamientos sobre el tema hechos desde distintas miradas cuantitativas que se elaboran desde la economía, aquí se retoman dos que para este ejercicio son las más acordes; la primera de Vasco (s/f) que aporta elementos cualitativos; la segunda de Uribe y Ortiz (2005) que hacen una caracterización del sector informal de manera cuantitativa.

En lo que coindicen la propuesta de Vasco (s/f) y la de Uribe y Ortiz (2005) es definir la informalidad laboral como un conjunto de actividades que están por fuera de los marcos normativos del Estado, es decir, que este no ejerce ningún control sobre ellas. Dentro de estas actividades están las de subsistencia que abarca a una gran cantidad de personas en contextos urbanos, con características particulares como un grado bajo de calificación, sin acceso a seguridad social, no tienen contrato laboral, la mayoría se dedican a las ventas ambulantes y están permanente conflicto con las autoridades y el comercio formal. Es esta conceptualización la que se retoma como punto de central para entender el tema desarrollado en la investigación.

2.2.3 Espacio publico

El espacio público es definido según Borja y Muxí (2000) desde la ciudad, ya que ésta crea y reconfigura los espacios donde las personas se movilizan, relacionan y articulan identidades, las cuales generan una organización política y cultural en la comunidad y permiten una convivencia dentro del espacio. Asimismo, el espacio público es un lugar donde conviven y se concentran diferencias, aptitudes y actividades de las personas donde esta diversidad permite lo imprevisible y el desorden posibilitando las transformaciones necesarias para mejorar estas situaciones.

Tener la capacidad de convivir en comunidad en un espacio público donde confluyen sujetos diversos en sus maneras de expresarse, sentir y actuar, da cuenta de los propios intereses, al interactuar con otros, estos intereses buscan armonizarse para generar un lugar de encuentro y poder convenir y aprender a convivir en los diferentes espacios y momentos.

La capacidad de la ciudad para permitir la reunión de la diversidad social permite una democratización política y social, generando pautas de intercambio cultural y económico, sin olvidar las tensiones que se encuentran en dicha diversidad. De allí que, el espacio es visto como una integración de eventos, encuentros, historias, imaginarios, u otros que se suceden simultáneamente y dinámicamente, esperando siempre nuevas determinaciones y cambios que se entretelen generando una amplia dimensión de poder y de realidad espacial, la cual expresa lógicas de beneficio en relación al mercado.

2.2.4 Vendedor informal

De acuerdo a lo planteado en la investigación se retoma la definición planteada por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C (2005) la cual dice que un vendedor informal es la “Persona que comercializa productos y servicios en el espacio público para su propia subsistencia” (Artículo 5, literal b, Capítulo II, Definiciones)

2.2.5 Estudiante vendedor informal

Un sujeto que se encuentra matriculado en la universidad como estudiante regular, es decir estudia un pregrado y tiene los mismos derechos y deberes, pero dedica gran parte de su tiempo a actividades de comercialización (compra-venta) de

servicios y productos, en una lógica de subsistencia, porque no está vinculado a ninguna empresa de manera contractual, no tiene jefes, no paga impuestos³.

2.3 Contextualización

La informalidad en América Latina según García (2008) es una cuestión económica relacionada con el aumento del desempleo, los desajustes entre la calidad del empleo y la incapacidad para generar puestos de trabajo. Entre los años 1990 y 2005 la tasa de empleo paso del 8 al 8,6% en América Latina, mientras que la de informalidad paso de 42,8% al 48,5% (p.49)

La situación en Colombia es aún más complicada porque en el mismo lapso de tiempo la tasa de desempleo paso de 10,5% a 13,3%, mientras que la informalidad paso de 45,7% a 58,8% (García, 2008: p.49). De manera que esta se ubica como una de las formas de medición de la estructura del mercado laboral y al mismo tiempo como un indicador de la situación del empleo en el país.

En un contexto más cercano, se encuentra que, en la ciudad de Cali en el año 2006, la tasa de informalidad estaba en un 60% aproximadamente (García, 2008; p.2) en condiciones desfavorables con respecto al crecimiento económico. Mientras que para para el año 2010 la tasa de informalidad en la ciudad de Cali fue del 53,7%, aunque para el año 2011 bajo a un 51,8% (DANE, 2011; p.5)

Lo anterior muestra que, si bien la tasa de informalidad ha bajado sustancialmente, se mantiene muy alta, más del 50% lo que quiere decir que, casi la mitad del mercado laboral de la ciudad ha estado constituido por trabajadores informales.

Ahora bien, con respecto al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle, se observa que los vendedores que hay dentro de ella son en un 98% estudiantes

³ Este concepto fue construido de acuerdo a las necesidades de la investigación.

regulares⁴, es decir, están matriculados en distintas carreras. De acuerdo con el censo hecho en otro momento⁵ estaban clasificados así: 2 vendedores de llamadas a celular y mecato en el trayecto de la entrada peatonal cerca del edificio de la Fundación General de Apoyo hasta donde termina el pasillo peatonal es decir donde empiezan las primeras oficinas de la administración central; desde este lugar hasta donde está la tesorería están ubicados 11 vendedores de películas en formato DVD, desde la tesorería hasta la entrada al edificio de ciencias hay 2 vendedores de llamadas a celular, una vendedora de sándwich, desde la entrada del edificio de ciencias hasta la entrada a la sala de sistemas hay 14 vendedores de llamadas a celular y mecato, 1 vendedor de accesorios femeninos (moñas, balacas, ganchos para cogerse el pelo, botones con imágenes de grupos de rock o con el nombre de algunas carreras de la universidad, 2 vendedores de sándwich. Entre el trayecto entre el edificio de ciencias y la entrada al edificio de ingenierías 331 hay 2 vendedores uno de sándwich y otro de limonadas, en la entrada a este edificio donde está el auditorio 5 en las bancas hay un vendedor de minutos, más adelante al llegar a la plazoleta de ingeniería nos encontramos con un vendedor de minutos al lado de un puesto de sándwich donde trabajan 2 personas, cerca de la cafetería de este lugar hay 2 vendedores, uno de minutos y mecato y otro de sándwich. En la entrada del edificio 333 hay un vendedor de llamadas a celular y mecato.

Entre la administración y la biblioteca hay un vendedor de llamadas a celular y mecato. A la entrada de la biblioteca hay 2 vendedores de llamadas a celular. En la cafetería de idiomas hay un vendedor de llamadas a celular. Entre la administración central y la cafetería central hay vendedores distribuidos de la siguiente manera: dos vendedores de llamadas a celular y mecato cerca de la

⁴ Debe aclararse que esta cifra fue calculada para ese año según las necesidades de la investigación.

⁵ Para el año 2006 cuando las directivas universitarias intentaron organizar las ventas dentro del campus en ambas sedes, levantaron un censo que estuvo a cargo de un grupo de los estudiantes que se dedicaban a estas actividades, en este trabajo se retoma parte de este censo para tener una mediana idea de la magnitud del problema.

frutería, otro pasando la vía que también vende llamadas a celular, dos vendedores de helados en las bancas que están cerca del edificio de educación y pedagogía, 2 vendedores más casi cerca de la entrada de este mismo edificio, uno de fritanga, gaseosa y llamadas a celular, el otro con películas, recargas, productos de belleza, celulares. El trayecto entre este edificio y lo que se conoce como bajos de cafetería se encuentran 2 vendedores mas, uno al frente de la entrada al sindicato con llamadas a celular y mecato y más adelante esta el otro con servicio de impresiones. Ya en bajos de cafetería están 3 vendedores uno al lado de la plazoleta pequeña y otro en la salida de uno de los comedores, ambos venden mecato. Están los vendedores de la entrada al edificio de ciencias sociales y económicas, el de la entrada al edificio de humanidades, y un vendedor de sándwich afuera de la antigua cafetería de economía CAFECOM, al lado de este vendedor hay otro de mecato y al frente de estos dos hay otro con servicio de impresiones.

Como se puede ver los vendedores están ubicados en sitios estratégicos de la universidad puesto que estos sitios son los de mayor afluencia de personas, clientes potenciales que pueden ser consumidores de cualquier producto o servicio que se ofrezca, lo que en cierta medida ha constituido un mercado dentro de la universidad que está organizado por productos y espacios físicos.

Ahora bien, ¿cómo hacen los vendedores para conseguir los productos y servicios que ofrecen dentro de la universidad? Para los vendedores de mecato, sándwich es fácil porque solo tienen que conseguir una cantidad de dinero invertir en sanduchera, mecato, mientras que para los de llamadas a celular y películas es más complejo. Los vendedores de llamadas a celular deben contactarse con alguna persona por fuera de la universidad que tenga acceso a líneas con planes pospago y hacer un acuerdo de ganancia por minuto vendido, por ejemplo un dueño de líneas pospago propone dar los minutos a \$80 pesos a un vendedor de la

universidad, sabiendo que este lo vende a \$200; claro está que no siempre pasa eso, por lo general el vendedor de llamadas consigue los planes pospago con familiares, amigos y compañeros de estudio, en algunas ocasiones incluso se hacen tratos como que una persona saca la línea y el vendedor se encarga de cancelar la factura mensual y casi siempre para poder llegar a acceder a estas líneas se debe estar recomendado por alguien que de fe de la seriedad y el cumplimiento.

Para el caso de los vendedores de películas y programas, ellos mismos hacen sus inversiones en equipos de reproducción y la Internet ofrece portales donde se puede acceder sin ninguna dificultad, pero además se obtiene un producto de muy buena calidad, a un precio muy por debajo de lo que se consigue en almacenes y tiendas especializadas en este tipo de productos.

Respecto a los horarios que se dedican a estas ventas casi siempre los vendedores le dedican la mayor parte del tiempo que están en la universidad, sin embargo, algunos dejan a alguna persona mientras que asisten a clase, en algunos casos hay vendedores que dedican el tiempo de acuerdo al espacio donde estén ubicados por ejemplo los que están en bajos de cafetería por lo general solo están desde las 11:30 am. hasta las 3:00 pm. Porque es en estos horarios que la cafetería ofrece sus servicios, los de ciencias en cambio pueden estar desde las 6 de la mañana hasta las 9:30 pm. Porque cubren las franjas horarias de todo el día, los de la biblioteca en cambio cubren franjas horarias bien el mañana o en la tarde, aunque siempre hay personas en este lugar, parecieran rotarse. En el pasillo se trabaja desde las 7:00 am. hasta las 7 pm. Si es el caso, pues cuando hay audiciones o eventos agenciados u organizados por la universidad el horario puede extenderse.

3. DISEÑO METODOLOGICO

3.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio desarrollado en esta investigación fue descriptivo porque se identificaron y describieron hechos, actores, espacios y situaciones relacionadas con la lógica de las ventas informales dentro de la universidad, teniendo en cuenta que se lograron observar tramas y sentidos que se construyen a partir de la inserción de los estudiantes a las ventas informales. En últimas es descriptivo porque “Explica lo que es” (Monge, 2011; p.98)

3.2 Método

El método utilizado para la recolección y análisis de la información fue el cualitativo. según Hernández, Fernández y Baptista (2014) que los estudios cualitativos pueden entenderse como el conjunto de prácticas interpretativas que permiten al investigador sumergirse en múltiples realidades que forman parte de lo visible, pero que al ser develadas son transformadas y convertidas en representaciones a modo de observaciones, registros documentales y grabaciones. Los estudios cualitativos son naturalistas debido que estudian fenómenos y personas en sus contextos o ambientes naturales en su cotidianidad; de ahí que sean también interpretativos en la medida que buscan encontrar sentido a dichos fenómenos en función de los significados que tienen las para las personas.

3.3 Técnicas de recolección de información

Las técnicas utilizadas para la recolección de información fueron la observación y la entrevista semiestructurada.

La observación que de acuerdo con Álvarez-Gayou (2003) brinda la oportunidad al investigador de familiarizarse con el grupo colocándose en los zapatos de los sujetos de estudio al recorrer su contexto para poder comprender la razón de ser del mundo de éstos tal y como lo perciben y sienten, de modo que logra adentrarse un poco más profundo en su mundo, así como realizar introspecciones precisas dentro de los significados y vivencias memorables para ellos.

En este caso la observación funcionó para identificar las dinámicas de los vendedores en su espacio físico, la descripción del mismo, como también la circulación de personas, venta de artículos de consumo, cantidad aproximada de personas que acuden a las distintas ventas y por ahí derecho. Asimismo, se utilizó para conocer un poco más de cerca la dinámica de los vendedores en un primer momento, sobre todo porque pueden existir situaciones no identificables a primera vista y que también hacen parte de una posible caracterización.

La entrevista semiestructurada es una técnica que consiste en una conversación entre el investigador y los sujetos de investigación, donde hay unos temas de que la guían para trata de obtener una cantidad de información que por lo general suele ser muy amplia.

La entrevista semiestructurada es según Hernández, Fernández y Baptista (2014) una entrevista abierta donde hay unos tópicos a indagar, pero el entrevistado puede responder fácilmente; este tipo de entrevista puede ser adaptable a las necesidades de la investigación y los sujetos que participan de ella

3.4 Instrumentos para la recolección de información

Los instrumentos utilizados para el desarrollo de esta investigación fueron la guía de observación y el cuestionario de entrevista.

La guía de observación sirvió para describir las particularidades del fenómeno como la ubicación, hora de llegada de los vendedores a sus lugares de trabajo, tipo de venta, materiales utilizados para trabajar, cantidad de personas que acuden a comprar artículos o servicios.

Mientras que el cuestionario de entrevista permitió conocer las percepciones que tienen los vendedores acerca de su actividad, las motivaciones, la influencia del entorno familiar, el cambio en las condiciones de económicas, la presión por obtener un ingreso, en fin, todo un sinnúmero de situaciones que van desde la situación económica como patrón objetivo, por ejemplo, hasta la decisión de ubicarse en la universidad para vender algún producto o servicio como patrón subjetivo.

CAPÍTULO 1

4. MOTIVACIONES DE LOS ESTUDIANTES PARA TRABAJAR DENTRO DE LA UNIVERSIDAD

En este capítulo se identifican las motivaciones que tuvieron los estudiantes para tomar la decisión de dedicarse al trabajo informal dentro de la universidad, empezando por la situación inicial donde se establecieron las situaciones objetivas (condiciones económicas, sociales y académicas) igualmente las relacionadas con lo subjetivo (como se representa el sujeto vendedor como persona, estudiante) que lo motivó a realizar esta actividad.

Al indagar sobre este punto se aclaran un poco los elementos que en el tiempo contribuyeron a que se tomara la decisión de convertirse en vendedor al interior de la universidad.

Como situaciones objetivas encontramos que lo más recurrente es la situación económica a la que se alude pues en cierta medida es una de las principales que si bien es cierto no determinan en su totalidad la toma de la decisión si influye notablemente, por lo menos eso queda expresado en las entrevistas, por ejemplo, el vendedor de ciencias dice:

“Yo decidí volverme vendedor primero por el tiempo, porque me permite desarrollar mis funciones como estudiante y la vez pues me da un dinero entre comillas fácil para poder sostenerme mis estudios, cosa que si estuviera trabajando en una empresa o en otra parte no tendría el tiempo suficiente para estudiar”

Después asegura que:

“Yo cuando decidí formarme como vendedor ambulante como estudiante vendedor vivía en una pieza yo llevo 8 semestre estudiando desde el segundo semestre estoy viviendo solo en Cali, entonces me tocaba pagar una pieza, pagar alimentación y todo igualmente pues estaba prácticamente aguantando hambre y con esto empecé con cuarenta mil pesos que me mando mi primo de España y pues empecé a trabajar y trabajar y pues en lago me ha cambiado la situación económica, ya por lo menos tengo con que sostenerme pero si fue por necesidad”.

El vendedor de biblioteca alude a las condiciones que ofrece el espacio:

“Pues la verdad es que la facilidad por así decirlo para uno poder ocupar un espacio porque afuera le queda a uno mucho más duro y además por las cuestiones de seguridad o sea aparentemente aquí es más seguro pero igual también tiene sus limitantes y sus problemas por ejemplo con la administración o con la seguridad al principio ya después eso es como todo es el resultado de una pelea ahí que uno tiene que lidiar con una cantidad de situaciones como que lleguen a correrlo o a levantarle el puesto porque supuestamente administración no reconoce no permite este tipo de actividad dentro de la universidad, pero ya con la persistencia de uno es que se gana el espacio”.

Igualmente, al indagarle sobre la influencia que tiene lo económico en la situación nos plantea lo siguiente:

“Pues si bastante no es que se gane mucho pero el espacio que le queda a uno para estudiar el tiempo que le queda para estudiar y las ganancias pues aunque no son muchas, si le retribuyen un poquito ahí le da un poquito de seguridad para estudiar un poquito más tranquilo uno saca diariamente lo de los almuerzos y lo de las fotocopias”.

Inclusive hace alusión a su situación anterior cuando se le pregunta si ha habido algún cambio en situación económica responde:

“Pues igual uno sigue con la incertidumbre económica pero por lo menos uno ya tiene algo una forma de darle un poco de respuesta o solución a todos los problemas económicos que uno tiene, ya ahora tiene uno por lo menos a que recurrir antes pues le tocaba a uno sentarse a esperar el sueldo que le llegaba a uno como profesor que era una lucha también

para que le pagaran a pesar de que uno trabajaba cumplidamente se le demoraban a uno con la quincena y cuando le llegaba ya uno la debía toda y fuera de eso pues todos los días a uno dentro de la universidad se le exige lecturas y trabajos, impresiones de las cuales uno tiene que rebuscarse como sea, cuando no trabajaba aquí en este punto me tocaba pedir prestado o rebuscármelo de cualquier otra forma inclusive pues llegar y recurrir a los compañeros o amigos de aquí de la universidad”.

El vendedor del pasillo nos comenta:

“Lo principal fue que termine el contrato con el trabajo que yo tenía y eso era con lo que yo pagaba mi estudio eso me llevo a ser uno más de los vendedores estudiantes de la universidad”.

De manera que los tres vendedores coinciden en que su situación económica contribuyo en cierta medida tomar la decisión de realizar esta actividad al interior de la universidad. Lo importante de resaltar es que al ser la necesidad un factor determinante para convertirse en vendedor también lo es el manejo del tiempo y el espacio.

Al estar en la universidad los estudiantes vendedores pueden organizar su tiempo, ver lo beneficioso que es ubicarse en un espacio y poder utilizar parte del día a las ventas y otra parte a las actividades académicas.

De acuerdo con lo anterior, el tomar la decisión de ser estudiante vendedor está motivado por las condiciones económicas que se presentan, por ejemplo, no contar con un empleo, las dificultades dentro de la familia, la posibilidad de estar dentro de la universidad sin tener que pagar impuestos por ventas, no cumplir horarios, estar matriculado académicamente y obtener ingresos para sostenerse. Es un inicio de la trayectoria social que se va desarrollando poco a poco, a medida que va pasando el tiempo, va configurando un cambio en el rol que desempeña el estudiante, porque la trayectoria no es al azar tal como lo plantea Bourdieu (1998)

al considerar la situación concreta que, si bien no es desafortunada, obliga al sujeto a tomar la decisión de asumir otro rol, en este caso el de estudiante y vendedor al mismo tiempo.

Al respecto, las entrevistas hechas a los vendedores nos aportan un poco de claridad frente al tema. Por ejemplo, el vendedor de ciencias dice algo acerca de la ubicación y las razones para estar en él espacio donde esta:

“O sea por lo menos hay una cuestión acá estamos hablando de vendedores ambulantes, pero para mi el vendedor ambulante es el que anda de un lado a otro yo al comienzo si me podía definir como vendedor ambulante comencé vendiendo primero en la entrada peatonal, luego me hacia un rato en la biblioteca, luego me hacia un rato por lago, hasta que una vez decidí venir aquí a ciencias me senté en la primera mesa un día normal vi que me fue bien y me quede hasta ahora, o sea pues me gusta porque puedo estudiar, porque es un punto de encuentro con los amigos, un punto de referencia y además porque mi clientela es potencial.

Por otro lado, al indagar sobre quien es el vendedor o trabajador informal es el estudiante univalluno, su cotidianidad, su relación con los demás estudiantes, con la familia, es decir, una pequeña caracterización de los vendedores como grupo plenamente identificado y diferenciado de los demás que hacen parte de la universidad.

Los vendedores univallunos en su mayoría son estudiantes de segundo semestre en adelante, que dedican entre 6 y 10 horas a estas actividades - así lo expresaron en las entrevistas ellos, el de ciencias por ejemplo dice que:

“Al comienzo llegaba a las seis en punto de la mañana y me estaba hasta las tres de la tarde, o sea lo que pasa es que hace un año de las seis de la mañana hasta las tres de la tarde había mucha gente o sea era marea humana pero ahora ya toca que madrugar más, ya toca que estar acá a las cinco y media de la mañana y estarse pues todo el tiempo posible y es menos gente, yo por lo regular estoy acá de seis de la mañana a tres de la tarde que son mis clases,

de las tres a las seis esta mi hermana que también estudia en la universidad y de las seis a las nueve esta otro compañero, son más o menos ocho horas que le dedico al trabajo y seis horas que le dedico al estudio diario”.

El vendedor de la biblioteca nos dice:

“Yo le dedico aproximadamente cuatro o cinco horas depende de cómo este la situación, si hay mucha gente y todo el cuento pues uno llega aprovecha y vende otras veces el día esta malo la universidad está cerrada y le toca a uno irse blanqueado sin plata para la casa, es una total incertidumbre el negocio así como en algunos días puede sacarse el diario otros días tiene que irse a la casa aburrido porque está cerrada la universidad y no tiene como y esperar a que se normalice otra vez la situación y llegar bajo la presión constante de eso uno trabajar”.

Y por otro lado el del pasillo dice:

“Yo le dedico la mayor parte del día y más o menos comienzo a partir de las diez depende de las clases que tenga si tengo clase a las ocho de la mañana o siete de la mañana empiezo a vender tipo nueve y media ó diez y en la tarde hasta las seis, seis y media”.

Así mismo al indagar por la relación con los clientes parece que existe un reconocimiento de la situación porque no se ha mostrado hasta ahora ningún tipo de reacción por parte de la clientela hacia ellos solo episodios muy puntuales que no tuvieron mayor trascendencia.

Sobre este punto el vendedor de ciencias nos cuenta que:

“O sea una vez llego aquí un profesor, entonces eso fue por ahí hace dos semestres el hombre dijo, o sea estábamos todavía en ese tiempo en las mesas dijo: “que horrible no hay mesas para estudiar” entonces yo le dije yo tengo la mitad de la mesa ocupada me quedan dos puestos libres, si quiere estudie ahí, me dijo no es que usted es un vendedor de la calle, le dije no señor profesor yo soy estudiante, yo soy desplazado, yo estoy cursando mis estudios si quiere le muestro mis calificaciones, yo hago esto no por gusto, sino por necesidad y pues

el tipo empezó a reflexionar y dijo no listo pues que no hay problema tu caso se puede hablar, no es que mi caso no, es que mi caso es el mismo caso de todos, aquí todos los que estamos vendiendo tenemos igualmente la necesidad y pues el tipo no y la vez que subieron las mesas para el segundo piso la misma clientela, los mismos profesores, aplaudían y decían que bueno que no dejaron mesas para los vendedores vallan a vender a la calle inclusive hubieron hasta palabras soeces pues nosotros simplemente miramos y nos quedamos callados, pero por lo general no la gente ya lo conoce a uno y en cierto sentido pues lo aprecia a uno a todos los vendedores”.

Más adelante nos dice que:

“O sea la situación con la clientela primero que todo es de confianza, aquí llega la gente y pregunta ve cuánto vale un cigarrillo, cuánto vale un dulce entonces le digo vale tanto entonces yo siempre les digo cógelo de ahí o sea es como una forma de autoservicio la gente coge su producto y me lo cancela igualmente la clientela mía es formal y siempre que ha habido problemas con los vendedores siempre he visto como una especie de apoyo no o sea apoyo no muchachos ustedes tienen derecho a vender ustedes son estudiantes es muy poca la, como también hay gente que es apática, llegan todos los días por un cigarrillo o un minuto y uno lo saluda buenos días y lo miran a uno como una mierda pero igualmente uno los sigue saludando así ellos no saluden, es como todo”.

El vendedor del pasillo puntualiza lo siguiente:

“No pues generalmente las personas se relacionan de una manera amistosa, no hay ningún tipo de rechazo o repulsión a la actividad de uno de pronto si algunos dicen que no que la universidad no es para esto y todo el cuento pero lo manejan de una manera muy respetuosa porque saben la situación de una gran cantidad de personas aquí dentro de la universidad inclusive pues la gran mayoría de personas estudiantes que están aquí con los que uno comparte el espacio universitario saben que uno tiene que pasar por muchas vicisitudes para poder estudiar y pues saben que uno simplemente recurre a esto por necesidad no porque uno quiera”.

El vendedor del pasillo afirma que:

“Hasta ahora ha sido muy buena, no hemos tenido problema durante un año y la gente se siente muy contenta con el servicio”.

Lo que queda claro en esta situación es que los vendedores gozan de reconocimiento por parte muchos miembros de la comunidad universitaria, lo que legitima su presencia gracias a que hay una clientela con la cual se establece cierto reconocimiento de ésta hacia los vendedores por aceptar que se mantengan en el espacio no solo con el simple hecho de comprar sino también con el acercamiento que se va teniendo.

La actividad informal de los estudiantes esta por fuera de los marcos normativos de la universidad, puesto que no tiene control sobre ella. Los estudiantes recurren al trabajo informal para subsistir porque no tienen una vinculación laboral con una empresa, de ahí que se deba dedicar a las ventas ambulantes (Vasco, s/f; Uribe y Ortiz, 2005), en ese sentido, Pok y Lorenzetti (2009) señalan que la informalidad se desenvuelve entre las diversas estrategias de vinculación existentes en el ámbito formal (los espacios físicos de la universidad donde transitan compañeros, docentes y demás integrantes de la comunidad universitaria), así los estudiantes vendedores no cuentan con un horario fijo, prestaciones sociales, no ganan lo suficiente para sobrevivir como las personas vinculadas laboralmente a una empresa, pues apenas logran cubrir necesidades como la educación, debido a la falta de oportunidades en el mercado de laboral que les permita continuar con los estudios (Cortes, 2000).

Esta situación la podemos evidenciar en parte de las entrevistas hechas a algunos estudiantes regulares que opinaron sobre el tema.

Uno de los estudiantes regulares afirma lo siguiente al preguntársele sobre el tema:

“Pues que te digo, yo creo que eso tiene dos, yo lo veo desde dos, para opinar sobre eso es complicado porque por un lado si uno se coloca, uno como estudiante si se coloca del lado de los estudiantes pues uno diría pues que está de acuerdo porque muchos de estos estudiantes algunos otros no lo hacen porque verdaderamente necesitan y como medio para financiar su educación y pues ese es como un método de rebusque como se diría coloquialmente, pero por el otro lado también está el problema de que se va convirtiendo esto más que en un espacio académico como en un espacio comercial teniendo en cuenta también que lo que se vende es ilegal si me entiendes, por ejemplo en el caso de los CD's que es lo que yo más veo, o sea porque eso es lo que yo más he visto que se ha difundido el caso de lo CD's, programas, todas esas vainas, pero como tal como tal yo no veo eso como un problema grave que afecte, eso ni le quita ni le pone un problema a la universidad la verdad pienso yo, no lo veo como un problema grave que afecte a la universidad ó el normal funcionamiento académico de la universidad”.

Otro dice que:

“A mí me parece que es bien porque hay gente que no tiene recursos pa' pagar su universidad, sus fotocopias, sus gastos”.

Por último, se destaca a la familia como uno de los apoyos importantes dentro de esta actividad, debido a que, en algunos casos tras conocer la situación del estudiante buscan la forma de colaborar e inclusive contribuir para que se pueda mantener el mercado. Sobre este punto se destaca parte de la entrevista del vendedor de ciencias cuando afirma que:

“O sea pues realmente mi familia es mi mama, mi padrastro y mi hermanastra, pero igualmente ellos no dicen nada ellos simplemente me apoyan me dicen que si con esa actividad puedo pagar mis estudios y mis cosas pues que le haga adelante o sea ellos no opinan nada sobre eso”.

Mientras tanto el de la biblioteca cuenta que:

“Si claro pues inclusive ellos me colaboran mucho, tengo familiares que tienen algunos plancitos y cuando les queda se les quedan algunos minutos me los pasan para que yo saque algo de ganancia ahí ellos me colaboran muchísimo por ese lado, porque ellos saben también la dificultad que uno tiene aquí para estudiar y todas las limitantes y pues al no poder colaborarle con plata le colaboran de esa manera”.

Hasta aquí queda claro que el espacio, la situación económica y la posibilidad de obtener recursos económicos, son las razones que motivan la decisión de ser vendedores.

CAPÍTULO 2

5. RELACIÓN ENTRE EL USO DEL ESPACIO Y EL FUNCIONAMIENTO DEL TRABAJO INFORMAL DENTRO DE LA UNIVERSIDAD

En este capítulo se aborda la relación entre el uso del espacio y el funcionamiento del trabajo informal dentro de la universidad, a partir de una pregunta inicial ¿Por qué están ubicados los vendedores en unos sitios y no en otros? Mientras que el funcionamiento del mercado (consecución de productos, tipos de clientes, inversión económica) niveles de organización de los vendedores bajo una figura legal o legítima. Así mismo el significado que le dan al uso del espacio por parte de los vendedores; en esta parte es necesario incluir la visión de los funcionarios implicados con la problemática, con ello se busca plantear la posición y acciones de las directivas universitarias frente al tema.

Tal vez el problema por el que tanto se ha controvertido sobre el tema de las ventas es el del manejo del espacio y las distintas formas de ocuparlo, ya que el reclamo que siempre aparece por parte de otras personas es por la forma como los vendedores se han apropiado de él.

En primer lugar, se indagó a los vendedores sobre la razón por la que están ubicados en un espacio específico y no en otro de la universidad y esto fue lo que respondieron:

El de ciencias dijo:

“O sea por lo menos hay una cuestión acá estamos hablando de vendedores ambulantes, pero para mí el vendedor ambulante es el que anda de un lado a otro yo al comienzo si me podía definir como vendedor ambulante comencé vendiendo primero en la entrada peatonal,

luego me hacía un rato en la biblioteca, luego me hacía un rato por lago, hasta que una vez decidí venir aquí a ciencias me senté en la primera mesa un día normal vi que me fue bien y me quede hasta ahora, o sea pues me gusta porque puedo estudiar, porque es un punto de encuentro con los amigos, un punto de referencia y además porque mi clientela es potencial”.

El de biblioteca dice:

“Primero que todo porque uno pues como te dije uno ya comenzando empieza a vender como de una manera muy informal uno tiene un celular y tiene minutos y sale a venderlos por ahí, pero después uno se da cuenta que hay unos lugares donde hay más flujo de gente que en otros donde hay más demanda de minutos por ejemplo aquí en la biblioteca uno sabe que la gente sale y hace sus llamadas inclusive los fines de semana el sábado yo también trabajo aquí igual se vende entonces uno está supeditado a eso, entonces he preferido ubicarme aquí y tener un lugar estable en el que puedo por así decirlo ser reconocido dentro de mi espacio y de alguna manera apropiarse de este espaciecito para uno aprovecharlo y además también pues yo no sé la facilidad para uno ubicarse no es igual uno estar aquí que en un lugar donde esté bajo la inclemencia del tiempo y de otras cosas, del clima por ejemplo hay muchas personas que cuando llueve tienen que coger sus cositas y guardarse por ahí mientras que pasa la lluvia, mientras que aquí estoy un poco más cómodo”.

El del pasillo dice:

“Porque es un sitio donde se mueve bastante flujo de gente y además ya tengo se puede decir que prácticamente un poco de clientela en este sitio”.

Lo que se puede notar es que los vendedores se ubicaron en los espacios donde están porque de una u otra manera estos son estratégicos y garantizan que las ventas sean efectivas y están al alcance de todos los miembros de la comunidad universitaria, es decir que el servicio se presta de acuerdo a la ubicación en el momento que cualquier persona de este espacio lo requiera.

Espacios como la biblioteca, bajos de ciencias y el lago hacen parte del espacio público de la universidad donde principalmente se desarrolla la actividad informal de los estudiantes vendedores, porque en ellos se construye y reconfigura esos espacios donde la comunidad universitaria se moviliza, relaciona y articulan las identidades alrededor de lo que significa ser estudiante, lo cual produce una organización política y cultural en la comunidad que permite la convivencia con aquellos estudiantes vendedores, que también son alumnos y compañeros. Así el espacio público en los que, los estudiantes llegaron para quedarse por el flujo de personas es posible gracias a la capacidad de los estudiantes vendedores para convivir en la comunidad universitaria en el marco de la diversidad de quienes de la integran, que tienen perspectivas distintas sobre la actividad informal, que expresa las distintas maneras de sentir y actuar en la informalidad, dando cuenta de los intereses particulares en la interacción con los Otros, cuyos intereses se articulan con el de los estudiantes vendedores por la necesidad de acceder a bienes y servicios que de manera formal la universidad no pudo ofrecer, de modo que los espacios públicos aprovechados por los estudiantes construyen al mismo tiempo espacios de encuentro para los integrantes de la comunidad universitaria que fomenta la capacidad de aprender a convivir con los Otros sin importar sus diferencias (Borja y Muxí, 2000), manifiesta en las lógicas de beneficio en relación mercado.

La otra cuestión tiene que ver con la forma como consiguen los productos que ofrecen los vendedores y la inversión que deben hacer en términos económicos esto fue lo que se encontró al ser indagados por ello, el de ciencias dijo que:

“O sea aquí los minutos que es como el producto estrella se consiguen por recomendación, uno consigue una persona que maneja varios planes consigue alguien que lo recomiende con la persona y pues uno le compra el minuto a doscientos y lo vende a trescientos y le gana cien, igualmente la persona viene cada semana a recoger la plata y si uno no falla tiene los

minutos asegurados para cualquier día no. La surtidora yo llevaba surtiendo tres años en surtidora la setenta o sea en la calle quinta con calle setenta, pero como me cambie de casa entonces me quedaba muy lejos, ahora estoy surtiendo todos los días en la surtidora de las colinas que queda la setenta y ocho con segunda B en el barrio Nápoles, simplemente yo llegué allá todos los días surto lo que necesito inclusive me fían o me esperan”.

El de biblioteca asegura que:

“A parte de los minutos que me consigo por parte de mi familia, que tampoco es que sean muchos pues recurro también a otros estudiantes que me alquilan por así decirlo sus planes y de los que yo saco una ganancia y ellos también, entonces pues por así decirlo le alquilan a uno el plan y también ellos pues de alguna manera indirecta ellos se benefician de eso o sea aquí en este punto de venta no simplemente se beneficia la persona que está vendiendo sino las demás personas que vienen y le piden a uno o le hacen el favor de alquilarle los celulares los planes para una también adquirir cualquier ganancia”.

El del pasillo afirmo lo siguiente:

“Tengo un plan que es a través de mi esposa y los demás son personas de afuera que me dan minutos para que yo los venda aquí”.

Esto indica en primer lugar que si existe un mercado informal en la universidad es también por la colaboración no solo de personas externas sino también de la misma comunidad universitaria que aporta –para el caso de los minutos- algún tipo de recurso logístico, fuera de eso la inversión es mínima lo que garantiza una continuidad del negocio en el tiempo.

Ya en el tema de lo organizativo se manifestó abiertamente la inexistencia de algún tipo de organización legal o legitima para interlocutar con las directivas universitarias en esa medida las respuestas ante este interrogante se presentan a continuación.

Del vendedor de ciencias:

“Pues siempre que hay problemas llegan líderes mesiánicos de grupos personas que quieren tomar esto como de plataforma política o el mismo sindicato pero igualmente se puede ver que la mayoría por ahí el noventa por ciento de los vendedores son apáticos a la política entre comillas o sea cada uno esta como por su lado, cada uno defiende su cuestión sin necesidad de inmiscuirse en procesos políticos, pero por lo general se rechaza el tener una etiqueta de grupo o de movimiento, hasta ahora se ha intentado hacer una organización pero todo el mundo no tiene las ganas”.

El vendedor de biblioteca:

“Si claro nosotros los vendedores estamos por así decirlo agremiados pero no de una manera institucionalizada más bien es algo que se ha venido dando como por lazos de solidaridad en la que llegamos y regulamos precios de pronto los espaciasen los que por ejemplo cuando vemos amenazado la venta de minutos aquí y cuando vemos que por ejemplo llegan personas de afuera se trata de mantener el espacio al servicio de las personas que trabajan acá dentro o sea tratamos de que las personas que vengan de afuera y traten de irrumpir por así decirlo en la organización que tenemos pues que se ajusten un poquito a también a las necesidades de nosotros mismos, lo que se busca con eso es mantener por así los pocos beneficios de nuestro negocio porque igual las personas que vienen de afuera pues tratan con otras reglas comunes del mercado por así decirlo, llegan y quieren avasallar a las demás personas que están acá dentro”.

El del pasillo:

“No, no hay organización cada estudiante tiene su puesto y cada uno lo administra de manera particular”.

Acerca de la noción acerca del espacio público el vendedor de ciencias manifestó que:

“Para mí el espacio público de la universidad son los corredores, son los pasillos y son las gradas, por lo menos se habla mucho de ciencias que es un espacio público, yo creo que un espacio público que está dividido en dos las mesas que son para estudiar o para sentarse no se a charlar y el corredor porque ciencias es como el corredor de la universidad, igualmente a mí no me parece que los vendedores estén ocupando un espacio público porque ciencias es lugar social y en lugar social deben haber cuestiones que hagan más fácil la tranquilidad o el esparcimiento”.

Por su parte el vendedor de biblioteca planteo lo siguiente:

“Pues precisamente el conflicto que se ha estado viviendo aquí, la pugna ha sido supuestamente por el espacio público, pero más allá del espacio que nosotros ocupamos pues que en la gran mayoría no altera la dinámica normal del espacio universitario se presenta también la situación de las directivas que lo que quieren es utilizar medios represivos para mantener el control y el orden dentro de la universidad no es raro por ejemplo uno ver que los funcionarios de un edificio dado lleguen y arranquen los afiches o carteles que la gente pega para actividades que son netamente académicas o que haya reserva frente a algunos eventos o actos que de verdad si tienen alguna importancia dentro de la universidad y que igualmente no son apoyados por la administración”.

Vendedor del pasillo:

“Espacio público es el espacio por donde transita la gente como la calle los andenes todos los lugares donde transite gente”.

La Noción de espacio público que se tiene está relacionada con el uso y la práctica de la actividad de las ventas, el uso es normal si no se interrumpe el tránsito y la movilidad de las personas y solo aparece como dificultad cuando entra a conflictuar con los intereses de los demás miembros de la comunidad universitaria en ese caso el espacio termina por ser un lugar del conflicto que no se resuelve solo se prolonga la situación y se legitima el hecho de ocuparlo ofreciendo algo que la gente necesita y puede acceder a ello.

Ahora bien, los reclamos por esta situación que hacen los estudiantes regulares la consideran importante en el momento en que choca con otro tipo de lógicas dentro de un mismo espacio tal como sucede en ciencias y que es el motivo de conflictos porque el reclamo es el siguiente: no se debe utilizar un espacio de estudio para actividades lucrativas.

Sobre este punto veamos que dicen los estudiantes regulares entrevistados:

“No pues eso si yo estaría de acuerdo en cuanto hay una invasión del espacio público y haciendo referencia particularmente a la entrada peatonal, la parte que queda por administración eso si se lo han tomado y yo consideraría que esas ventas deberían de ubicarlas en, no se determinar un espacio dentro del campus universitario para exclusivamente para este tipo de ventas y no invadir porque me parece que la entrada peatonal más que todo lo de los CD's que es la parte que si esta como muy invadida han dejado como un espacio muy reducido para el tránsito de los estudiantes, entonces si deberían de ubicarse en otro espacio donde no afecten tanto como el espacio público de la universidad por donde transitan pues los estudiantes”.

Mientras que otro de los estudiantes regulares entrevistados dijo lo siguiente:

“Pues la contaminación que eso produce, visual porque daña el aspecto, por ejemplo ciencias ese poco de ventas, el espacio está muy mal usado ahí, no me parece eso ahí, ese poco de ventas como si eso fuera una galería ahí el bullicio y todo eso, para nada, eso deberían de hacer una especie de, como esa plazoleta que han hecho al lado del lago, ahí colocar sus ventas lugares así alejados de los lugares de estudio, eso es como contaminación visual y auditiva, pues el uso del espacio está mal distribuido”.

Por su parte el tercer estudiante regular se refiere a este aspecto de la siguiente forma:

“Pues yo tengo un conflicto con eso de lo público porque en ultimas cuando se habla de público se habla más de una administración pública que de un carácter público en si es decir

cuando algo es público se presupone que algo es de todos y que no puede ser apropiado por nadie, pero en la cuestión de las ventas lo que se entiende por público es un lugar de administración de gente que no tiene como un rango o una calificación de administrador de jerarquías, sino que ve en un espacio que no tiene dueño la forma de llevar a cabo una actividad en esa medida lo público viene siendo como una forma de privatizar algo sin necesidad de hacerlo de una forma legal, como legítimo pero no legal”.

Pero como estamos en una institución pública estatal es importante ver la percepción más que sobre el concepto es sobre el tratamiento que tiene la universidad a la hora de afrontar esta problemática. Para ello es necesario resumir algunas de los planteamientos hechos por el funcionario que brindo información para la realización de esta parte de la investigación.

Según este funcionario, el problema aparece como tal hace cuatro años y más cuando se conoce de la existencia de vendedores históricos que ocupan un espacio ya que en las condiciones en que se desarrollan las actividades académicas la institución tiene muchas carencias al no poder viabilizar el hecho de que se pueda dar una oferta de productos que hacen falta, como sucede en cualquier parte, muchos estudiantes de acuerdo a su situación socio-económica que tienen deciden dedicarse a esta actividad al interior del campus, lo que hace que esto se convierta en una alternativa para sostenerse como estudiante, sin embargo las directivas se preocupan mucho al encontrarse con una situación muy compleja y es que hay personas ajenas a la universidad que está desarrollando esta actividad por lo que el control a este tipo de situaciones se han vuelto más complicadas, porque la universidad en ultimas no ve que sea tan problemático que los estudiantes desarrollen esta actividad que debe tener un control y que se pueda mantener un margen de estudiantes.

Hasta aquí no hay problema alguno porque al parecer la universidad no está interesada en desarrollar acciones en contra de los estudiantes vendedores y no

consideran problema la utilización del espacio. Lo único problemático entonces sería el crecimiento desmedido de las ventas sobre todo si quienes se dedican a ellas son personas ajenas a la universidad.

De acuerdo con lo anterior, en la ciudad de Santiago de Cali la reunión de la diversidad en un lugar como la Universidad del Valle, conlleva a la democratización social, en la medida que el carácter de ser pública genera el intercambio cultural y económico que involucra el deseo y participación de personas externas a la comunidad universitaria, lo cual produce tensiones en el marco de una diversidad que simbólicamente es consentida para estudiantes vendedores, de ahí que el espacio público en la universidad sea un espacio de encuentro entre los integrantes de la misma, lo cual aporta a la construcción de convivencia con ellos, en tanto, que en el espacio público la convivencia se enmarca en un sentido de identidad colectiva en el sentido de ser estudiante univalluno (Borja y Muxí, 2000), de modo que el espacio configura un encuentro de historias e imaginarios de varios estudiantes que optaron por trabajar de manera informal ante carencia de oportunidades en el mercado laboral, así como de personas que comparten las mismas historias e imaginarios, pero que son ajenos a la universidad, trayendo cambios en la realidad espacial de la misma y los estudiantes vendedores, expresada una lógica de beneficio respecto al mercado, ampliando la oferta de bienes y servicios para la comunidad universitaria.

CAPÍTULO 3

6. SITUACIONES EMERGENTES DENTRO DE LA DINÁMICA DEL TRABAJO INFORMAL EN LA UNIVERSIDAD

Dentro de las situaciones que emergen dentro de la dinámica del trabajo informal en la universidad es la que tiene que ver con los conflictos, la Interlocución entre vendedores y directivas universitarias en medio de ellos.

Por esta razón, se abordaron estos temas teniendo en cuenta si han existido tensiones o conflictos entre estos actores, cual es el nivel de dialogo que hay entre ellos, los argumentos que se utilizan para legitimar o deslegitimar las ventas, que se plantea como exigibilidad de parte de los vendedores hacia las directivas; la argumentación que se hace tanto de uno como de otro lado para justificar sus posiciones en medio de las conversaciones, forma como se resuelven (ley, fuerza, ambigüedades) los calificativos que se utilizan para referirse a los otros que confrontan.

El conflicto como tal entre los estudiantes vendedores y la universidad no aparece sino en un momento en el que la universidad no tuviera conocimiento acerca de la situación y lo difícil que sería manejarla de acuerdo a lo que plantea el funcionario solo cuando se percata la institución de la presencia de personas que hacen parte de ella es que se trata de tomar medidas, porque como lo puntualizara más adelante, esto solo sirvió para acercarse y diagnosticar la situación, puesto que pensar en soluciones en ese momento era complicado sin tener los recursos.

De ahí que los vendedores entrevistados solo reconozcan que hubo acercamientos en los que participaron infructuosamente o simplemente no se han dado cuenta de ellos, solo se tienen en cuenta algunos episodios tensionantes con algunos

funcionarios de la vigilancia o empleados administrativos. El vendedor de ciencias habla de esta situación así:

“A mí me ha tocado la vez que se llevaron las mesas para el segundo piso de ciencias, cuando yo llegue no había ningún tipo de mesas varios estudiantes fuimos al segundo piso y estaban las mesas, entre varios estudiantes se hablaba de cómo hacer para recuperar las mesas, unos querían quemar unas mesas otros querían arrancarlas de las columnas, pero entonces hablamos no o sea primero hablemos con la decana a ver que nos dice fuimos donde la decana nos dijo muchachos solo sé que fueron encapuchados, pero no se quienes fueron nosotros dijimos es que necesitamos una explicación simplemente fuimos bajamos las mesas del segundo piso y las colocamos y ahora en semana santa fuimos a una reunión con el rector en bajos de biblioteca, fueron palabras muy bonitas de parte y parte, pero no siempre el dialogo ha sido una dilatación, siempre son buenas son promesas y promesas, pero hasta ahora nada ha llegado a nada, estamos volando todavía”.

El vendedor de la entrada a la biblioteca dice:

“Bueno básicamente lo que nosotros hemos vivido es la situación de unas directivas que utilizan más que las vías del dialogo es la vía de la autoridad simplemente llegan y quieren hacer valer su cargo administrativo para prohibir o sacarnos del espacio, no es raro ver que aquí en la biblioteca la administradora baje y ella misma se encargue de decirle a los vendedores o las personas que lleguen a vender cualquier producto no solo minutos que aquí no se puede vender que esto es no un sitio para estas actividades, lo que nosotros vemos es que por ejemplo aquí en el sitio que estamos fuera de la biblioteca hay dos o tres vendedores y simplemente porque alguno llega más otra persona simplemente la forma de actuar de ellos es bajar y exigirle que se retire no se entabla con él ningún tipo de propuesta ni se llega a acuerdos de ningún tipo simplemente se utiliza la autoridad de ellos supuestamente están investidos para retirarnos, precisamente por eso es que nosotros nos hemos ganado el puesto estamos aquí somos dos personas únicamente y nos hemos ganado este puesto simplemente es porque no nos hemos ido no hemos acatado las ordenes que vienen y nos presentan porque nos parecen que son ilógicas, si no tienen ningún sentido teniendo en cuenta que no

se le está perjudicando de una manera muy grande a la dinámica normal de este lugar en la universidad”.

El mismo vendedor reitera lo siguiente:

“Precisamente de un tiempo para acá se ha empezado a dar por así decirlo unos canales de dialogo a pesar de que no se profundiza en la discusión sobre las causas y de una respuestas que de verdad nos benefician a todos los estudiantes que estamos en esta situación, la situación económica aquí es de verdad que es paupérrima, cada vez son menos los subsidios y ayudas que se nos presentan inclusive para las salidas de campo y todo el cuento a uno le toca ahorrar de lo mismo que gana uno aquí para poder pagárselas, entonces pues la discusión esta en eso en las razones de fondo que nos han llevado a recurrir a este tipo de formas de ganarnos la vida”.

Esto quiere decir que, hasta ese momento no había una política de parte de la institución en cabeza de sus directivas y mucho menos se daban los espacios para el dialogo y tratamiento del problema de manera conjunta con los estudiantes vendedores. Lo único claro es que los vendedores apelan a su necesidad para mantenerse en el espacio donde están y la universidad hasta ahora es que intentara avanzar en una propuesta por lo menos así lo deja claro el funcionario entrevistado.

Lo primero según él es que eso no siga creciendo y menos con gente que sea de afuera; lo segundo es que las personas que están allí no deben presentar situaciones de precariedad académica (bajo rendimiento) los estudiantes deben estar matriculados, porque hay unos que no lo están. La universidad garantizaría el trabajo para los que son estudiantes porque es una necesidad de la persona para sostenerse en la institución, al tiempo que se suple una demanda que tiene esta, de todas maneras, si la gente está ahí y se mantiene es porque le compran. Es importante que la gente que este en esos espacios cumpla con la academia.

Según el funcionario es importante resaltar que existe cierto tráfico con la utilización del espacio de las ventas al interior del campus, estudiantes que les cobran a otros estudiantes para vender en algunos sitios de manera que va a resultar difícil resolver el problema con una situación de esta índole.

Se debe garantizar que las personas que llevan tiempo en los espacios puedan seguir allí pero organizadamente sin necesidad de reubicarlos en otros sitios distintos porque es allí donde la gente los utiliza. En esa misma dirección se propone hacer una priorización de necesidades para que se beneficien quienes realmente lo necesiten, ya que existen personas que no dependen de esta actividad para venir a cumplir con sus actividades académicas, para ello se propondrá hacer un estudio socio-económico para poder identificar con exactitud quienes tienen mayores posibilidades de trabajar al interior universidad.

Una vez organizada la situación se propondrá hacer una regulación que permita trabajar y establecer criterios colectivos lo que implica que los estudiantes deben organizarse en una figura legal, aquí el problema sería para los estudiantes que venden programas, música y películas ilegales porque la universidad se está viendo abocada a una sanción legal por permitir este tipo de venta.

Para todo este proceso se ha tratado de revisar un poco las experiencias de otras universidades que tienen este mismo problema y la más referenciada es la Universidad de Antioquia porque allí los estudiantes luego de ser desalojados fueron llamados a organizarse de manera legal, lo que posibilitó la entrega del manejo de las cafeterías y casi todos los negocios que hay al interior de esta institución. Se les ha pedido a los estudiantes de esa universidad que han participado de este proceso que compartan su experiencia con Univalle.

Hasta aquí se reitera lo mismo no ha existido un canal de comunicación que permitiera viabilizar una solución a un plazo determinado y mucho menos con criterios claros que desarrollen en el tiempo una propuesta viable que involucre a los sectores.

Tal vez esta sea una de las explicaciones que haya alrededor de los conflictos que se han suscitado en bajos de ciencias. En el mes de marzo un día que por cierto nadie recuerda la fecha exacta, hacia la media noche personas encapuchadas se llevaron las mesas al segundo piso dejando letreros que dejaban ver un profundo desacuerdo con las ventas en este sector. Algunas frases decían así: “Les compro un minuto para pensarnos la u” “Tarot donde el profe Numat ciencias para estudiar” “pienso luego consumo ventas en otro lugar”.

Luego de que se presentara el hecho la decanatura de ciencias y el consejo estudiantil hicieron una reunión donde expresaron su preocupación, pero a la vez aseguraban que esa situación debía resolverse sacando a los vendedores de este espacio, lo que suscitó reacciones airadas de algunos vendedores quienes lanzaron acusaciones a estos dos entes de ser los promotores de esta acción, la tensión se mantuvo por varios días y sobre esto la universidad no se pronunció oficialmente de manera que los vendedores empezaron a sentir desconfianza frente a las directivas y estudiantes que mencionaran algo al respecto.

Sobre esta situación el vendedor de ciencias nos relata lo siguiente:

“Fue otro caso de encapuchados más en la Universidad del Valle siendo las tantas horas de la noche el vigilante estaba que se dormía de la nada aparecen encapuchados que tuvieron todo el tiempo del mundo para rayar las paredes de colocar su demagogia, subieron las mesas al segundo piso y al otro día nadie vio nada el vigilante creo que se acordó que vio una gente rara que no era de aquí, fuimos y hablamos con la decana y la decana dijo yo no sé nada, por esa época salió un comunicado donde la decana prácticamente colocaba entre la

espada y la pared al jefe de turno del pasillo de ciencias para que nos desalojara él es amigo de nosotros y nos dijo que hacemos que la decana me está casi obligando en este comunicado que dice que usted tiene que sacarlos, desalojarlos yo que hago, para mi esto sería arbitrario decirles a ustedes váyanse de aquí, hablamos con la decana sobre las mesas ella nos dijo que no había visto nada fuimos las bajamos, las pegamos y el estudiantado quedo otra vez contento pero igualmente solo es otro caso para olvidar más acá de encapuchados, donde siempre reina la impunidad".

Lo que se puede decir entonces es que los conflictos no se resuelvan de una manera adecuada en la que se busque soluciones más colectivas y en eso la universidad ha falló en su momento, porque no se pronunciaba ni determinaba nada como institución. Quizás sea esta la razón para que, en el mes de mayo de ese mismo año, otro grupo de personas encapuchadas cogiera algunos elementos de trabajo de los vendedores y los quemaran.

CONCLUSIONES

La Trayectoria de estudiantes vendedores está relacionada inicialmente con la necesidad de mantenerse en la universidad y poder cumplir con sus expectativas académicas. De acuerdo a esto es que toma la decisión volverse vendedor informal, donde se piensa en el mantenimiento económico y las posibilidades de mantener contacto directo con la institución utilizando su espacio y accediendo a sus beneficios como estudiante regular, cosa que no sucedería si se estuviera en otro trabajo formal o en otro espacio informal, por esta razón la universidad se convierte en una alternativa de trabajo para quienes realizan esta actividad, es decir, el espacio permite mantener la condición de estudiante, por eso en algunos momentos de conflicto se ha escuchado a los vendedores defender el espacio como público, para trabajar es porque sencillamente ahí ha radicado su fortaleza.

Los estudiantes vendedores dentro de la universidad consideraron el hecho de mantenerse bajo esta condición, porque no había opción laboral que respondiera a sus necesidades de manera inmediata, era mejor asumir estar dentro del campus realizando esta actividad que retirarse y dejar de estudiar, pues al fin de cuentas su principal objetivo es estudiar, el ser vendedor no es una condición que se fuera a mantener de manera permanente, pero mientras se asumiera era necesario defenderla ante cualquier amenaza, inclusive así viniera de la institución.

En ese escenario, se visualiza la defensa del espacio de acuerdo a la percepción de él como algo abierto de acuerdo a una necesidad, pero que es apropiado indistintamente de si es legal o no, al fin de cuentas la necesidad lo justifica y la dinámica que se presenta en el espacio –el hecho de que hallan personas que consuman lo que allí se ofrece- lo legítima. De manera que, los estudiantes vendedores defienden su actividad, lo que necesariamente implica la defensa de

los espacios donde están ubicados, es allí donde han conseguido los recursos económicos suficientes para mantenerse como estudiantes, situación que permite plantear que, defender su condición como estudiante vendedor, es al mismo tiempo defender el espacio físico utilizado porque de ello dependía su razón de ser en esos momentos.

Por otro lado, debe plantearse que, el estudiante vendedor informal aparece en el campus universitario como resultado de unas condiciones objetivas manifiestas, entre las que se destacan el hecho de no tener dinero para sostenerse como estudiante, no lograr suplir las necesidades de su familiar y si es el caso las propias (alimentación, vivienda, transporte) que su vez se relaciona con las condiciones subjetivas como el hecho de contemplar la posibilidad de trabajar de cuenta propia, sin interrumpir sus estudios, considerar viable la consecución de productos para su comercialización en el campus universitario, teniendo en cuenta que hay muchas personas, las cuales pueden ser consideradas clientes potenciales para el servicio o producto que se ofrezca.

Estas condiciones objetivas y subjetivas terminan por alimentar la decisión de los estudiantes para asumirse como trabajadores informales, pero al mismo tiempo, construyen relaciones sociales producto de la interacción constante con el resto de la comunidad universitaria, lo que al final termina por convertirlos en un grupo de sujetos plenamente diferenciados con respecto a otros grupos que se encuentran en el campus universitario. De manera que, los estudiantes al estar en condiciones económicas desfavorables para su sostenimiento y el de su familia tal vez, viendo que la universidad puede ser un espacio de trabajo y estudio a la vez, toman la decisión de volverse estudiantes vendedores dentro de ella.

La situación emergente que más se resalta en la dinámica del trabajo informal dentro de la universidad es la aparición y desarrollo de los conflictos, La forma

como se resuelven, porque en ella se deja ver la poca capacidad de la institución para generar iniciativas que respondan a este tipo de necesidades, buscando siempre deliberar en función de la misión y la visión que tiene y se proponga generar un ambiente democrático e inclusive.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Álvarez-Gayou, J. (2003) Como hacer investigación cualitativa Fundamentos y metodología. Recuperado de

<http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>

Borja J. y Muxí Z. (2000) El espacio público. Ciudad y ciudadanía. Barcelona. Editorial Electa.

Bourdieu P. (1995) Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario. Barcelona. Editorial Anagrama.

Bourdieu P. (1997) Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona. Editorial Anagrama.

Bourdieu P. (1998) La Distinción. Criterios y bases sociales del Gusto. España. Editorial Taurus.

Cortes F. (2000) "La Metamorfosis de los Marginales: La Polémica Sobre el Sector Informal en América Latina" en Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo. México. Editorial Fondo de Cultura Económica de México.

DANE (2011) Medición del empleo informal. Trimestre Abril - junio de 2011. Recuperado de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bolet_ech_informalidad_abr_jun2011.pdf

DANE (2018) Empleo informal y seguridad social. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Duque F. (1989) Los Vendedores Callejeros en Cali: su Racionalidad (tesis de pregrado Universidad del Valle, Cali)

Farrel G. (1985) "Los Micro-comerciantes del Sector Informal Urbano: los Casos de Quito y Guayaquil" en: El Sector Informal Urbano en los Países Andinos. Editorial ILDIS. CEPESIU. Quito Ecuador 1985. Pp.139-177

García G. (2008) Informalidad regional en Colombia. Evidencia y determinantes. Desarrollo y sociedad. Primer semestre. Pp.43-86 Recuperado de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.13043/dys.61.2>

Guataquí J., García A., y Rodríguez M. (2010). El Perfil de la Informalidad Laboral en Colombia. Perfil de Coyuntura Económica, (16), 91-115. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86120022004>

Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación. Recuperado de https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/metodologc3a3c2ada_de_la_investigacic3a3c2b3n_sampieri-6ta_edicion1.pdf

Ortiz C. y Uribe J. (2005) Características de la Informalidad Urbana en las Diez Principales Áreas Metropolitanas de Colombia. Documento de trabajo. Pp.1-27 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/4830689_CHARACTERISTICAS_DE_LA_INFORMALIDAD_URBANA_EN_LAS_DIEZ_PRINCIPALES_AREAS_METROPOLITANAS_DE_COLOMBIA_1988-2000

Pok C. y Lorenzetti A. (2007) El Abordaje Conceptual-metodológico de la Informalidad. Revista Laboratorio Estudios Sobre Cambio Estructural y Desigualdad Social. 8 (20) Verano-otoño 2007. Pp.5-15 Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20120626030403/lavbo20.pdf>

Proyecto de Acuerdo No. 321 de 2005 "Por medio del cual se adoptan normas para regular la actividad del vendedor informal en el Distrito Capital". Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=17867>

Rendón T. y Salas C. (2000) "El Cambio en la Estructura de la Fuerza de Trabajo en América Latina" en: Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo. México. Editorial Fondo de Cultura Económica de México.

Rodríguez S. (2013) Los estudios del trabajo informal en Colombia: Problemáticas y retos. Nuevos Paradigmas de las Ciencias Sociales Latinoamericanas 4 (8) pp. 121-136

Sassen S. (2003) "La Economía Informal: Entre Nuevos Desarrollos y Viejas Regulaciones". En Los Espectros de la Globalización. Argentina. Editorial Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Uribe J. y Ortiz C. (2004) "Una Propuesta de Conceptualización y Medición del Sector Informal" Documentos de trabajo. Pp.1-35 Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/cidse/doc76.pdf>

Vasco L. (s/f) Definiendo los Limites de los Bordes. Vendedores Ambulantes, Comercio Informal, Comercio Callejero, Vendedor Informal. Recuperado de <http://www.luguiva.net/invitados/detalle1.aspx?id=30&i=4>

ANEXOS

Anexo 1. Guía de observación

La siguiente guía de observación se construyó con el propósito de ver la dinámica de las ventas dentro de la Universidad del Valle, para ello se tuvieron en cuenta los siguientes puntos:

- Descripción del lugar de ubicación del lugar (por parte de los informantes).
- Número y tipo de personas (características que sobresalen) que trabajan en él, (quienes son según ellos mismos) hora de llegada.
- Descripción del movimiento de personas (cuál es el movimiento que ellos registran a diario).
- Tipo de venta, artículos o servicio que se ofrece en el lugar.
- Cantidad aproximada de personas que acuden a las distintas ventas (en promedio según estimativo de ellos).

Anexo 2. Guía de entrevista

La siguiente guía de entrevista sustento el diseño y aplicación de un cuestionario a los estudiantes dedicados al trabajo informal dentro de la Universidad del Valle sede Meléndez, con el propósito de conocer la trayectoria de estos estudiantes. Los puntos de la guía son los siguientes:

- Descripción de la forma como llega a convertirse en vendedor ambulante en la universidad.
- Motivaciones familiares, situación socioeconómica, presión de los padres, opción voluntaria.
- Formas de habitar el espacio.
- Tiempos dedicados a las responsabilidades académicas y al trabajo en el mismo tiempo.
- El porque de su ubicación.
- Viabilidad del negocio.
- Consecución de recursos. Formas de dinamizar el mercado.
- Relación con otros vendedores, la relación con los clientes, las dificultades con la institución, la percepción sobre la universidad.

Todos estos puntos de la guía son generales, pero en su desarrollo las preguntas alrededor de los temas que ella abarca permiten su ampliación para poder tener un mejor análisis.